

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ
UNIEMPRESARIAL**

GINA PAOLA CRUZ CUEVAS

**FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR
PROMOCIÓN 14
CÓDIGO. 100008264**

**PLANEACIÓN ESTRATÉGICA ENCAMINADA
A LA GENERACIÓN DE VALOR
DOCENTE: JUAN DAVID MORA GARZON**

**BOGOTÁ, COLOMBIA
2018**

¿Qué factores impiden la planeación estratégica y generación de valor para los empresarios colombianos?

What factors prevent you from strategic planning and creation of value for the Colombian businessmen?

Resumen

Se desarrolla la investigación enfocada a negocios el cual los estudios son deficientes, por ello se realiza el análisis desde la parte interna y externa.

Palabras clave: Negocios, comercio, desarrollo, industria, riesgo, estrategia.

Abstract

Develops research focused on business which studies are poor, therefore the analysis is carried out from the internal and external part.

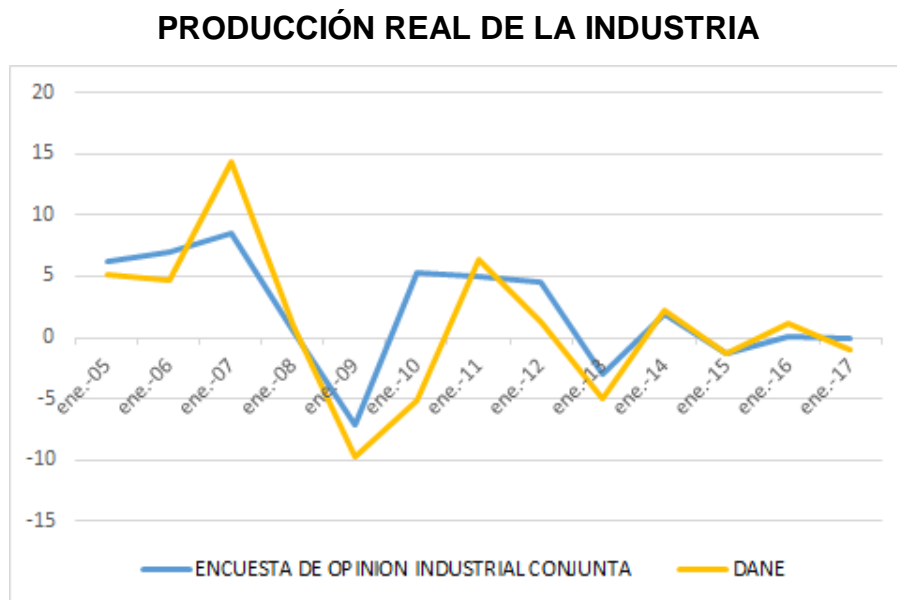
Key Words: Business, commerce, development, industry, risk, strategy.

Introducción

Para contextualizar las posibles falencias que una compañía que podría tener al no desarrollar eficazmente sus ideas de negocio o el buen uso de sus conocimientos al momento de elegir una estrategia efectiva, puesto que aún se podría afirmar que muchas empresas en especial las Pyme, demostrado en la estadísticas la industria de bienes y servicios, se han visto afectados por la falta de conocimiento al momento de desarrollar una estrategia, que en ocasiones por no saber formular de la manera adecuada, genera pérdidas para la compañía no sólo en términos económicos sino comerciales.

Desarrollo

Se pretende generar un enfoque más específico en relación a la actual economía colombiana y los dispersos cambios presentados durante los últimos años, en respuesta al problema formulado y como los empresarios hacen frente a la situación empleando modelos económicos.



1

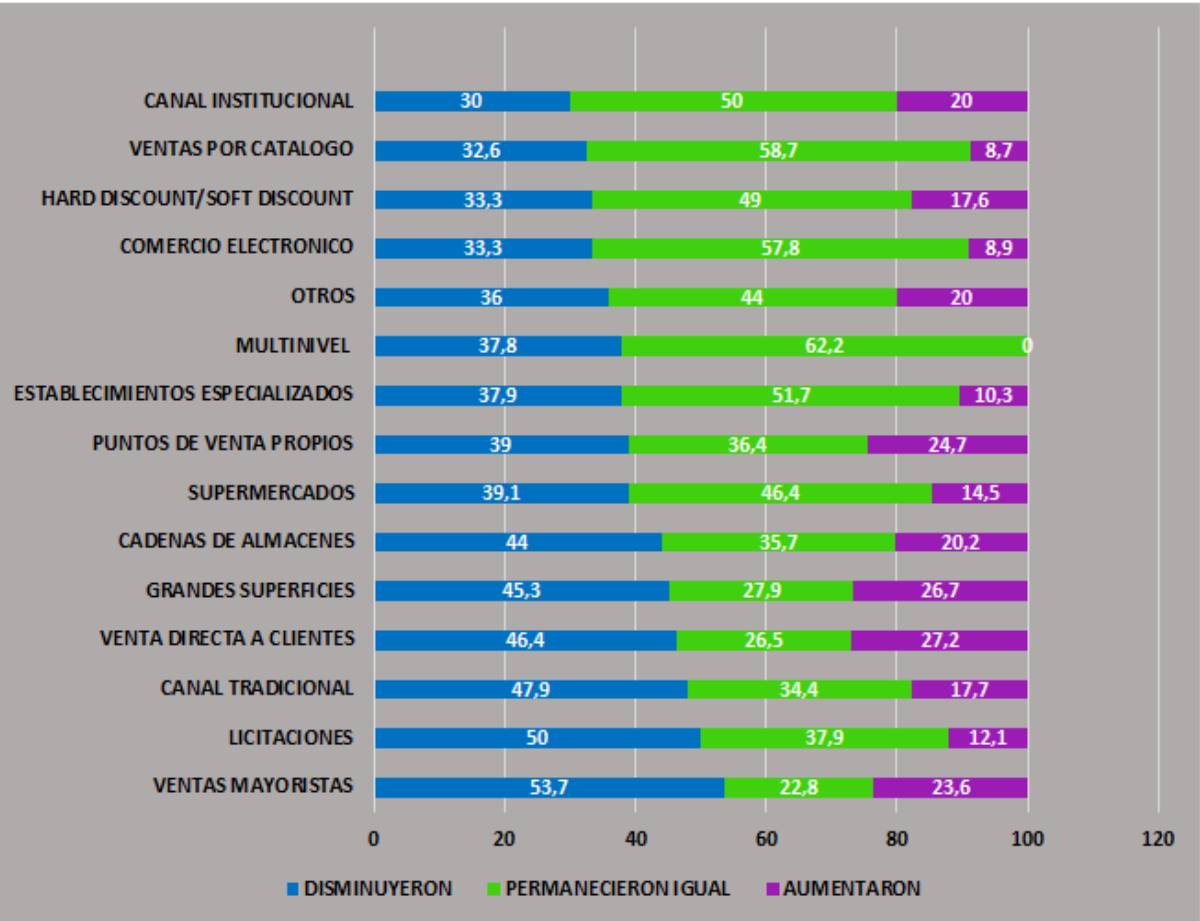
(Gráfica 1), Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, 2017.

La anterior gráfica representa la variación anual de la producción de la industria colombiana, dada que los datos muestran una disminución en el rendimiento de la economía, puesta que a medida que han corrido los años no se ha mejorado o implementado mecanismos importantes para hacer que incremente en la misma proporción que el comercio. Reflejado en dicha grafica se puede inferir las estrategias impuestas por los empresarios en respuesta a la situación que ha vivido el país los últimos años, demostrado así como la producción ha disminuido notablemente; por lo tanto se afirma que se debería aumentar los proyectos enfocados en la mejora de incrementar las exportaciones y mejorar más el comercio,

¹ Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, 2017.
Profesional en finanzas y comercio exterior
Cra. 33a #30- 20, Bogotá
gcruz@ue.edu.co

para generar resultados más positivos utilizados y representados en el margen de ingresos nacionales.

COMPORTAMIENTO DE LAS VENTAS EN LOS SIGUIENTES CANALES EN LOS ÚLTIMOS TRES MESES



²(Gráfica 2), Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, 2017.

Representado en el esquema anterior explica cómo los últimos meses los distintos canales de ventas se han mantenido en gran proporción sin variaciones destacables; es decir que las empresas que tienen un porcentaje bajo en el aumento de sus ventas no han generado suficientes estrategias efectivas para responder con mejores resultados al mercado.

² Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, 2017.
Profesional en finanzas y comercio exterior
Cra. 33a #30- 20, Bogotá
gcruz@ue.edu.co

PRINCIPALES PROBLEMAS DE LA INDUSTRIA AGOSTO 2017 (PORCENTAJE DE EMPRESAS)

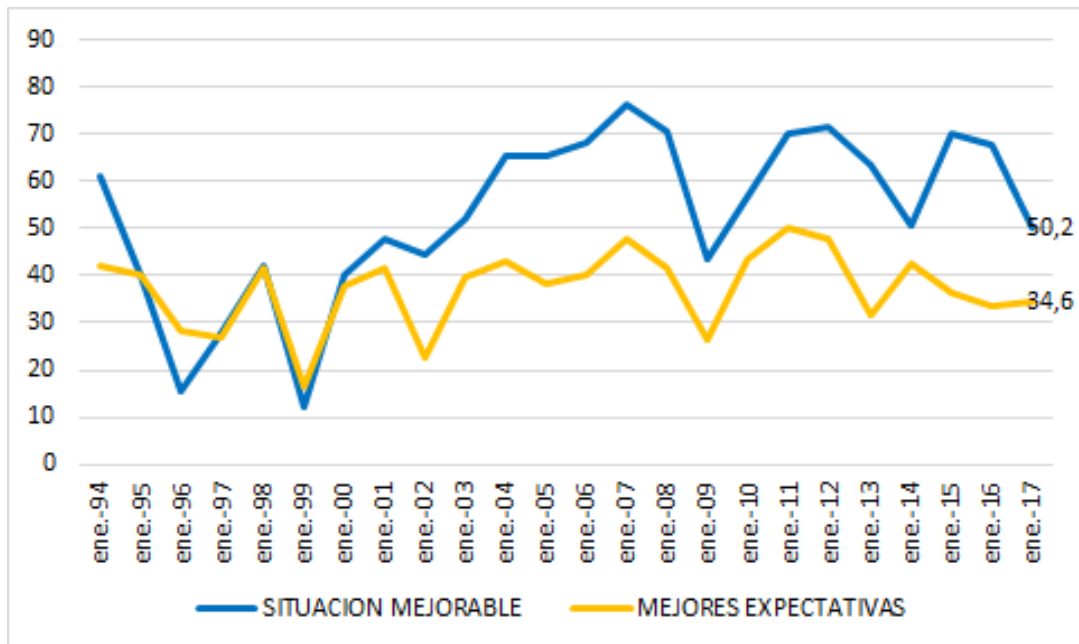


³(Gráfica 3), Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, 2017.

Para enfrentar las dificultades del mercado, los empresarios no han implementado procesos de mejoras suficientes, evidenciado en la gráfica la falta de demanda; es decir la poca cobertura del mercado en responder a los clientes es deficiente, puesto que implica un grave problema para las empresas. Solo a nivel nacional se desarrolla con un acercamiento muy fuerte de competidores dispuestos a generar valor por medio de sus ventas y generación de nuevos negocios siendo este el más disputado por las grandes compañías que suplen de manera más estrecha en la comunicación con los consumidores, por su alto rango de asertividad dejando muy de la lado las pequeñas empresas que escasamente pueden acaparar lo que queda del comercio.

³ Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, 2017.
Profesional en finanzas y comercio exterior
Cra. 33a #30- 20, Bogotá
gcruz@ue.edu.co

INDICADORES DE CLIMA DE LOS NEGOCIOS



⁴(Gráfica 3), Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, 2017.

Se podría afirmar que en los indicadores dentro de un margen de situación favorable, los empresariales podrían exitosamente lograr sus objetivos de acuerdo a sus expectativas, puesto que la prospectiva genera un posible escenario positivo de una retroalimentación efectiva entre la oferta y la demanda. En diferentes términos así ambas partes podrían lograr establecer maneras en que la compañía se beneficie en la realización de sus métodos de negociación.

Dentro del mercado empresarial se han visto distintas herramientas clave para los procedimientos financieros que estimulan notablemente el estado permanente de liquidez, rentabilidad, solvencia y por lo tanto un buen manejo del sistema operativo. Para ello dentro de las organizaciones es de vital cumplimiento el control y seguimiento en referencia a los costos ocultos que algunas veces no son tan claros e inevitablemente perjudican gran parte de la compañía; para ello se desarrolla la planeación estratégica que facilita las disminución de los posibles riesgos; es decir perfeccionar procesos en los cuales un buen manejo de la información y por lo tanto de los recursos garantice efectivamente que la cadena de abastecimiento y de

⁴ Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, 2017.
 Profesional en finanzas y comercio exterior
 Cra. 33a #30- 20, Bogotá
 gcruz@ue.edu.co

suministro, puedan suplir efectivamente los requerimientos que constantemente se han visto afectadas las empresas por la deficiencias en la toma de decisiones que conlleva en la mayoría de los casos a grandes pérdidas.

Cuando se determina los puntos claves en los cuales una compañía debe llevar a cabo los procesos exactos para efectuar la estrategia, se evidencia que no se debería confundir los conceptos de cada una pues sí es notable la ejecución en la planeación, también se puede afirmar que la estrategia proporciona validez suficiente para construir un criterio base para que dicha empresa implemente los requerimientos suficientes para desarrollar un proyecto; por ende cumplir con unos objetivos generales y específicos.

Contextualizando la definición de estrategia se podría deducir como el conjunto de planteamientos lógicos establecidos por un directivo para beneficios colectivos y por lo tanto, para lograr las metas plasmadas al principio de un periodo se debe establecer los tiempos claramente para cumplir más eficaz todos los contratiempos que se puedan presentar; es decir sin un rango de tiempo específico las mediciones que se utilicen no serán válidas. Actualmente muchas multinacionales utilizan diferentes herramientas estratégicas, pero con facilidad si no se tiene una buena planeación, ni asesoramiento, no se obtendría un resultado favorable dada las circunstancias del mercado. Para ello toda empresa debe adaptarse a la volatilidad generada por la oferta y demanda que según su posición podría desgastar la operatividad sin un manejo adecuado.

La interpretación adecuada de los estados financieros donde se podría determinar los factores de pérdida o ganancia efectuados comúnmente en el año actual; para ello se generan constantes tácticas de mejoramiento para incrementar la productividad de la compañía desde todas las áreas encargadas con un análisis que se efectúe de manera concreta en las deficiencias halladas, que a su vez proporcionen cambios de gran magnitud beneficiando no solo a la compañía sino que se vea reflejado en los clientes.

La gerencia determina la ejecución de propuestas que evalúen la efectividad de proyectos rentables, para ello el área financiera desarrolla todo un diagnóstico que valide la rentabilidad y valuación, para ello se analiza los datos estadísticos que proporcionen soporte en la toma de decisiones. Desde de gran parte del ámbito económico se interrelacionan los diferentes escalones enfocados para un mismo fin, en relación a la operatividad comercial se destaca la segmentación de mercado tanto de los posibles clientes como la categorización de los mismos; para ello se debe realizar una comprensión del entorno tanto interno como externo, interpretando así las distintas variables que podrían afectar la compañía para ello se crea una estrategia evaluada desde todos los puntos de vista interrelacionando los enfoques empresariales y de la misma proporción de los posibles riesgos. Visto desde la funcionalidad comercial y marketing usualmente se implementan objetivos, bajo unas políticas para su desarrollo y por ende su ejecución efectiva; es decir manteniendo la comunicación asertiva con el usuario final. Al relacionar todos eslabones que hacen parte de la entidad se puede obtener una amplia visión del “cómo” se debería proceder para obtener más ágilmente los resultados esperados en la ejecución de una buena formulación de la estrategia.

Desde el punto de vista de operatividad se puede ver reflejado como en la cadena de suministro, la función principal tendría que seguir todos los planteamientos formulados desde la gerencia hasta el último eslabón para poder determinar con éxito el deber de cumplir a favor de toda la entidad las metas establecidas anteriormente. Para ello en el desarrollo de las actividades del área de producción son determinantes como factor de incertidumbre, la programación de todos los recursos teniendo en cuenta los tiempos y las respuestas ágiles a proveedores generan un amplio sistemas de operación manteniendo a gran parte de las empresas en disposición de respuesta dentro de los cumplimientos, el control direccionado a los medios internos son factores que garantizan la eficiencia en la planeación estratégica.

Para identificar el grado de importancia de la estrategia en una compañía, en el cual la prioridad se basa en la gestión interna, desde el punto de vista de los directivos

hasta el rango inferior de la empresa; por ende todos son partícipes con una función esencial para lograr esclarecer la credibilidad del proyecto o visión empresarial. Para formular una idea que genere validez frente al mercado se establece la estrategia que con una buena estructuración ayude a llevarla a cabo disminuyendo los posibles inconvenientes. En referencia al mercado dispuesto a pagar por un bien o servicio la empresa tendría que asegurar su confiabilidad; dicho en otras palabras, proyectar un fortalecimiento de la marca, frente a sus empleados demostrar que los procesos operativos se cumplen a cabalidad y generando un sin fin de muestras efectivas en el desarrollo de la estrategia.

Al momento de plasmar toda la planeación caracterizando las áreas según su funcionalidad, determina así como desde una buena organización desprende muchas factorizaciones; es decir puede evolucionar directamente proporcional a sus fundamentos para desarrollar sus estrategias comerciales, operativas, financieras en diferentes aspectos todos referentes a la ejecución de todo lo planteado; puesto que no tendrían valor la especulación de ideas y el diseño de un buen estudio de mercado, plan de mejoras, reestructuración de costos, manual de políticas solo archivados sin llevar toda la información a la realidad y realizar verdaderos cambios.

La determinación para alcanzar los fines propuestos dentro de la compañía sólo podrían tener en cuenta al ser identificados dentro del presupuesto, para ello se determinan unos tiempos claros, los recursos a utilizar y la manera de evaluados. Al implementar un pensamiento estratégico dentro de las empresas en la cual permita tener una visión amplia de proyectar más allá de lo rutinario, en la cual se representa en realizar enfoques empresariales con determinación, liderazgo, integral dado así para desarrollar buenos potenciales en pro de una comunidad. Por ello debe generar una expectativas o posibles supuestos a un tiempo determinado tiempo a futuro, también un preparación constante a las situaciones, en el presente con un análisis basado en las actuaciones que más representan un posible riesgo sin un control y las ejecuciones que se van a realizar en un futuro no muy lejano dando como resultado la puesta de la teoría en juego; por ende la realización de

todas las ideas se vería representadas en el diario vivir, en el surgimiento de cada proyecto planteado entrelazado con la visión, misión y objetivos de la compañía

Los intereses son esenciales para el planteamiento estratégico, puesto que todo va encaminado hacia un mismo fin, desde el punto de vista externo la empresa se verá enfrentada a un sin fin de amenazas políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ecológicas, ambientales y todas las propias del sector no controlables, como si bien el análisis tendría que ir enfocado en implementar toda la estrategia que no se vea tan afectada por dichos entornos externos.

A nivel interno se puede aprovechar la oportunidad de los recursos obtenidos de la administración, marketing, operaciones, finanzas, recursos humanos, informática y tecnología denominado AMOFIT, que ayudaría a determinar la debilidades y fortalezas muy similar al análisis del DOFA; por ende después de un estudio bien realizado una empresa establecerá las estrategias apropiadas para contrarrestar su entorno. Al crear una misión se representaría como el motor el cual realice un planteamiento correcto en relación con los principios y valores que debería tener una compañía que desee obtener el mayor conocimiento de sus posibles clientes interesados en los productos y servicios.

	FORTALEZAS (F) LISTA DE FORTALEZAS	DEBILIDADES (D) LISTA DE DEBILIDADES
OPORTUNIDADES (O) LISTA DE OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS F-O USAR LAS FORTALEZAS PARA APROVECHAR LAS OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS D-O SUPERANDO LAS DEBILIDADES APROVECHANDO LAS OPORTUNIDADES
AMENAZAS (A) LISTA DE AMENAZAS	ESTRATEGIAS F-A USAR LAS FORTALEZAS PARA EVITAR LAS AMENAZAS	ESTRATEGIAS D-A SUPERANDO LAS DEBILIDADES APROVECHANDO LAS OPORTUNIDADES

⁵Figura 2. Matriz DOFA (Dyson. 2004; David, 1997; Weihrich, 1982)

⁵ Dyson. 2004; David, 1997; Weihrich, 1982
 Profesional en finanzas y comercio exterior
 Cra. 33a #30- 20, Bogotá
 gcruz@ue.edu.co

Las posibles estrategias según el caso se plantarían primordialmente en referencia de los siguientes términos: proveedores, clientes, competidores y el buen manejo de los recursos para llevar a cabo todos los planteamientos necesarios con la misma finalidad. De manera organizada se realiza la esquematización, es decir la creación del modelo secuencial de los procesos estratégicos, por lo tanto convierte los insumos en pro de desarrollar un concepto de negocio, también para trasladar la misión a una ejecución del mismo. En todos los enlaces se enfoca a determinar que la estrategia puedes ser una herramienta que genera la dirección de un proyecto, pero a la vez podría disminuir algunos riesgos, promueve la coordinación de las actividades dentro de la organización para mejorar los procesos.

En el ámbito empresarial las compañías deben constantemente realizar análisis en referencia a la utilidad obtenida o el crecimiento obtenido durante el año, pero más allá de la cifra es importantes la generación de valor; por ende se refieren como las empresarios líderes de grandes compañías se encargan de que sus empleados tengan presente el objetivo de la empresa y posteriormente la manera en que se puede crear algo diferenciador para que la compañía o marca tenga un mejor posicionamiento, aumentar su lista de clientes, que los productos o servicios ofrecidos se destacan por su originalidad o también a nivel interno qué áreas podrían aportar de manera significativa al momento de desarrollar los planes de ejecución para bien colectivo.

Para lograr lo planteado anteriormente los empresarios generan comúnmente estrategias para identificar las causas y falencias que promueven al fortalecimiento de las barreras del mercado, como la compañía podría superar dichas dificultades en aspectos de resultados a corto y largo plazo. Principalmente los inhibidores relacionados en cuestión de valor es la comunicación, la diferenciación entre ser líder o jefe , saber explicar toda la información necesaria a sus empleados en pro del objetivo para evitar posibles confusiones y por lo tanto la obtención de resultados muy distintos a lo propuesto.

Al ser muy congruentes con las palabras y las acciones determinan un punto de referencia muy importante para poder transmitir lo que se quiere, el dueño de una empresa requiere administrar y dirigir de tal manera que las estrategias vayan

encaminadas con la generación de valor constante a largo plazo. Siempre que ocurran incidencias durante la transformación de la compañía, el líder o gerente debe tener claro en establecer planes de apoyo que ayuden a adelantarse a posibles riesgos. Al permitir que las ideas sea promovidas hacia las personas, es decir cuando al interior de la empresa se permite realizar un organigrama hace referencia una organización de las funciones y entrelazado a las responsabilidades operativas. Primordialmente no se debería depender de indicadores que no promuevan resultados efectivos ni encaminados a lo que realmente está vinculado con la generación de valor, puesto que al ser solo una distracción no facilita la generación de resultados y formulaciones de decisiones productivas. Actualmente las grandes multinacionales se comprometen a realizar profundos análisis para determinar los puntos claves, las debilidades, los cambios de conducta podrían ayudar para aprovechar de lo negativo y construir resultados mejores de lo esperado, aprendiendo a saber manejar los puntos débiles generación estratégicamente habilidades gerenciales que ayuden a los líderes de las compañías guiar a su equipo de trabajo al cumplimiento de las propuestas teniendo en cuenta la participación de todos.

Teniendo claro que la generación de valor debe estar distribuida dentro de toda la compañía para que estén informados de los objetivos específicos y generales. Se puede obtener un líder a analista encargado de supervisar, revisando que los procesos se lleven a cabalidad sin intervenir en los conflictos, eso podría hacer que los directivos tengan un enfoque más especializado con las operaciones de la compañía y tomar decisiones más acordes al estado actual del mismo.

Al superar las expectativas de los clientes significa ir más allá, determinando que tan eficiente es el servicio, saber conocer a los cliente para poder generar buenas experiencias, cuando se crea una nueva marca dentro del mercado se podría afirmar que no solo depende solamente de la creación sino saber que la marca debe proponer servicios o productos diferenciados que determinen los clientes deseen obtener, para lograr los objetivos más eficientemente. Al incluir el valor agregado dentro de la compañía permite establecer una forma de trabajo enfocado al crecimiento constante, que no genere un costo adicional para el cliente pero sí tenga una expectativa diferente dentro de un portafolio.

El conocimiento de las ventajas competitivas, marcan notablemente la diferencia en cuestión de posicionamiento y reconocimiento, pues si bien los competidores no tendrán la facilidad de superar dicha excelencia. Determinando las situaciones precisas donde algunas áreas de la empresa siempre continúan laborar o simplemente cumpliendo con la entrega de los resultados solicitados más no desarrollando ideas con valor agregado, esto ayudaría a que dicha funcionalidad sea más productiva e incrementando los indicadores del área, teniendo buenas evaluaciones en cuanto al momento de otorgar el presupuesto asignado para cumplir con las metas anuales; por ende se optimizan los procedimientos con mayor relevancia como son los de producción, ventas, manejo de proveedores, cliente, nuevos negocios.

Al realizar la prospectiva se puede hallar o identificar todos los costos ocultos que puede tener una empresa indiferentemente el tipo de mercado el cual este dirigido, por lo tanto al implementar la estrategia acorde a la situación de manera más asertiva con buenos resultados.


Conclusiones

- Las empresas del siglo XXI se proponen adaptarse a las nuevas tendencias tecnológicas, sociales, económicas en un mundo tan globalizado aún es primordial no dejar pasar las actualizaciones de información financiera, las proyecciones estadísticas, el establecerse durante el tiempo, el crecimiento no tan acelerado sino acorde a las circunstancias con el conocimiento de poder provisionar y saber obtener provecho de las situaciones para bien de la compañía.
- Una empresa puede hallarse en medio de un mercado demasiado saturado y con pocas posibilidades de demanda, pero aun así tendría posibilidades de ser exitosamente una de las mejores dentro de ese sector económico, todo depende del buen uso de los recursos, insumos, mano de obra, alianzas comerciales, tasa de cambio y su propia información financiera tomada con decisión es acertada en respuesta del contexto actual.

Referencia Bibliográfica

- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), Coyuntura económica, informe. <http://www.andi.com.co/Home/Pagina/3>.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística, Industria. <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/industria>.
- Administración y dirección de la producción: enfoque estratégico y de calidad, Libro de Fernando d'Alessio, 2004.
- Gerencia y planeación estratégica, Jean Paul Sallenave, 2004.
- Noticias, blog. <http://www.mejorempresasmexicanas.com/>

Elaborado por:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Gina', is written over a faint, rectangular stamp. The stamp contains some illegible text, possibly a date or official seal.

Gina Paola Cruz Cuevas

Código. 100008264

C.C. 1.032.484.116 de Bogotá, Colombia

Profesional en finanzas y comercio exterior
Cra. 33a #30- 20, Bogotá
gcruz@ue.edu.co

**LICENCIA DE USO A FAVOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ – UNIEMPRESARIAL, POR PARTE DE
ESTUDIANTES.**

Los suscritos

_Gina Paola Cruz Cuevas_____ con C.C. N°___1.032.484.116___

_____ con C.C. N°_____

_____ con C.C. N°_____

actuando en calidad de autor(es) de la (obra), (el trabajo de grado), (presentación), (conferencia), (escrito en general, que lleva por título __¿Qué factores impiden la planeación estratégica y generación de valor para los empresarios colombianos?_____ elaborada para efectos de_____ académicos___ (optar por el título) (participar en el seminario o evento), de __Diplomado de planeación financiera y análisis del riesgo___ (Programa académico)

Hago entrega a UNIEMPRESARIAL de una copia de dicho trabajo académico en formato digital o electrónico (CD-ROM, etc.) otorgando licencia o autorización de uso sobre la misma, para que en los términos de la Decisión Andina 351, la Ley 23 de 1982 y demás normas aplicables, realice los actos de explotación de los derechos patrimoniales y de manera especial, para que la divulgue, reproduzca, comunique al público y la ofrezca en préstamo al público. La presente licencia o autorización se extiende no solo a la fijación en medio o formato físico, analógico o material, sino también al medio virtual, electrónico, óptico, usos de red, Internet, extranet, intranet, repositorio institucional y demás formatos conocidos o por conocer.

El autor de la obra, manifiesta de igual manera que la obra objeto de esta licencia o autorización de uso es creación original y que se realizó sin infringir los derechos de autor que le correspondan a terceros.

PARÁGRAFO: Si llegase a presentarse cualquier tipo de reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en mención, asumiré la responsabilidad, dejando indemne a UNIEMPRESARIAL y saliendo en defensa de los derechos aquí autorizados.

Para constancia se firma el presente documento en Bogotá, Colombia, el año _2018___ del mes 04_ a los _30_ días.

FIRMA



Firma _____ C.C. 1.032.484.116 _____

Firma _____ C.C. _____

Firma _____ C.C. _____

Bogotá D.C., 30 de Abril del 2018

Señores
Dirección Académica y Empresarial
UNIEMPRESARIAL
Ciudad

Respetados Señores:

Por medio de la presente hago entrega del trabajo de grado para optar al título de
__Profesional en finanzas y comercio exterior _____

Cordialmente,



____Gina Paola Cruz Cuevas_____
C.C. 1.032.484.116